Institut Universitaire de Technologie de l'Aisne

BUT Techniques de commercialisation (Laon)

Présentation

Parcours

Business développement et management de la relation client (BUT 2 - BUT 3)

Business international : Achat et vente (BUT 2 - BUT 3)

Objectifs

Le département Techniques de Commercialisation de l'IUT de l'Aisne a pour but de former des collaborateurs capables de développer le chiffre d'affaires d'une entreprise en agissant à la fois sur des leviers marketing (publicité, promotion, achats, distribution…) et sur le portefeuille clients (Gestion de la relation client, prospection, négociation, Community management…).

L'enseignement à l'IUT de l'Aisne se veut concret. Les compétences sont développées grâce à l'intervention de nombreux professionnels et aux stages.

Les bonnes conditions matérielles proposées ainsi que la taille humaine du département contribuent à nos excellents taux de réussite (90%). Nous nous distinguons particulièrement sur deux points : L'ALTERNANCE et L'INTERNATIONAL. Nous accordons une grande place à la construction personnelle du parcours de nos étudiants au travers de notre offre de formation en alternance (B.U.T.2 et B.U.T.3, Licence générale) et à la possibilité d'effectuer une partie de son parcours à l'étranger (Hongrie, Canada, Irlande, Allemagne, Colombie…).

Compétences

Les compétences spécifiques accompagnant ces métiers et développées sont par exemple :

• gérer le processus de vente et d'achat à l'international,

• identifier et sélectionner les fournisseurs,

• suivre les opérations logistiques à l'international grâce à l'appréhension des enjeux de la chaîne logistique,

• sélectionner le mode de transport, l'incoterm, l'assurance et les modalités de paiement,

• positionner l'offre en fonction des spécificités culturelles identifiées sur le(s) marché(s) ciblé(s).

Modalités de formation

FORMATION INITIALE

FORMATION CONTINUE

Informations pratiques

Lieux de la formation
Institut Universitaire de Technologie de l'Aisne (site de Laon)

Volume horaire (FC)
2400

Contacts Formation Initiale

SECRETARIAT_Scolarité_IUT_Aisne_TC

03 23 26 21 90

secretariat-tc@u-picardie.fr

Plus d'informations

Institut Universitaire de Technologie de l'Aisne (site de Laon)

2 rue Pierre Curie
02000 Laon
France

https://iut-aisne.u-picardie.fr/

• réaliser un diagnostic avant la mise en place d'actions commerciales;

• mesurer l'importance du choix des cibles commerciales;

• mettre en œuvre la stratégie marketing et commerciale au sein de l'équipe;

• fédérer les équipes autour de la réussite des objectifs marketing et commerciaux;

• intégrer la satisfaction client dans la réussite de la relation commerciale et la réputation de l'entreprise;

• piloter sa relation client au moyen d'indicateurs;

• traiter les réclamations client pour optimiser l'activité;

• exploiter de façon pertinente les outils de la relation client;

• optimiser l'expérience client par la mise en place d'un processus d'amélioration continue;

• contribuer à la diffusion de la culture client au sein de l'organisation;

• faire évoluer les outils de la relation client.

Organisation

Modalités de l'alternance

Alternance possible dès la deuxième année de BUT sur le parcours« business développement et management de la relation client », rythme en moyenne une semaine entreprise une semaine en établissement

Contrôle des connaissances

Les UE sont acquises dans le cadre d'un contrôle continu intégral. Celui-ci s'entend comme une évaluation régulière pendant la formation reposant sur plusieurs épreuves.

L'évaluation des ME comporte au moins une note de devoirs surveillés (DS) et/ou de travaux dirigés (TD) et/ou de travaux pratiques (TP). Le contrôle des connaissances peut s'effectuer sous différentes formes selon les matières; il est assuré par les enseignants et concerne toutes les disciplines.

Les notes et résultats sont communiqués régulièrement aux étudiants. En cas de contestation dûment argumentée, une demande devra être formulée auprès de l'enseignant concerné dans les huit jours ouvrables après la communication des résultats.

Responsable(s) pédagogique(s)

Catherine Duchene

catherine.duchene@u-picardie.fr

Programme

Programmes

(pour annexe)	Volume horaire	CM	TD	TP	ECTS
Bonus Optionnel BUT 1 Semestre 1					
Bonus Optionnel BUT 1 Semestre 2					
Compétence 1 Marketing - Niveau 1					22

Compétence Marketing - Niveau 1					22
UE 11					10
Portfolio	9		9		
R1-10 Initiation à la conduite de projet	9	3	6		
R1-11 Langue A Anglais du commerce 1	21		21		
R1-12 Langue B du commerce 1	21		21		
R1-13 Ressources et culture numériques 1	21		21		
R1-14 Expression, Communication et Culture 1	21		21		
R1-15 Projet Personnel et Professionnel 1	15	3	12		
R1-1 Fondamentaux marketing et comportement du consommateur	36	12	24		
R1-4 Etudes Marketing 1	21	10,5	10,5		
R1-5 Environnement économique de l'entreprise	21	10,5	10,5		
R1-6 Environnement juridique de l'entreprise	21	10,5	10,5		
R1-7 Techniques quantitatives et représentations 1	18		18		
R1-8 Eléments financiers de l'entreprise	12		12		
R1-9 Rôle et organisation de l'entreprise sur son marché	12	6	6		
SAE1-1 Marketing : positionnement d'une offre simple	24		24		
UE 21					12
Malus Optionnel TC Laon Compétence 1 Semestre 2 UE21					
Portfolio	6		6		
R2-10 Gestion et conduite de projet	10,5		10,5		
R2-11 Langue A Anglais du commerce 2	24		24		
R2-12 Langue B du commerce 2	21		21		
R2-13 Ressources et culture numériques 2	18		18		
R2-14 Expression, Communication et Culture 2	24		24		
R2-15 Projet Personnel et Professionnel 2	12		12		
R2-1 Marketing mix 1	21	10,5	10,5		
R2-4 Etudes Marketing 2	21	10,5	10,5		
R2-5 Relations contractuelles commerciales	21	10,5	10,5		
R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2	24		24		
R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple	21	10,5	10,5		
R2-8 Canaux de commercialisation et de distribution	19	9	10		

SAE2-1 Marketing : marketing mix	15		15		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC	10,5		10,5		
Stage BUT1 S2	15		15		
Compétence 2 Vente - Niveau 1					19
UE 12					10
Portfolio					
R1-10 Initiation à la conduite de projet					
R1-11 Langue A Anglais du commerce 1					
R1-12 Langue B du commerce 1					
R1-13 Ressources et culture numériques 1					
R1-14 Expression, Communication et Culture 1					
R1-15 Projet Personnel et Professionnel 1					
R1-2 Fondamentaux de la vente	24	3	21		
R1-7 Techniques quantitatives et représentations 1					
R1-8 Eléments financiers de l'entreprise					
SAE1-2 Vente : démarche de prospection	24		24		
UE 22					9
Malus Optionnel TC Laon Compétence 2 Semestre 2 UE22					
Portfolio					
R2-10 Gestion et conduite de projet					
R2-11 Langue A Anglais du commerce 2					
R2-12 Langue B du commerce 2					
R2-13 Ressources et culture numériques 2					
R2-14 Expression, Communication et Culture 2					
R2-15 Projet Personnel et Professionnel 2					
R2-2 Prospection et négociation	23	3	20		
R2-5 Relations contractuelles commerciales					
R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2					
R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple					
R2-9 Psychologie sociale	18	9	9		
SAE2-2 Vente : initiation au jeu de rôle de négociation	15		15		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					
Stage BUT1 S2					

Stage BUT1 S2					
Compétence 3 Communication Commerciale - Niveau 1					19
UE 13					10
Portfolio					
R1-10 Initiation à la conduite de projet					
R1-11 Langue A Anglais du commerce 1					
R1-12 Langue B du commerce 1					
R1-13 Ressources et culture numériques 1					
R1-14 Expression, Communication et Culture 1					
R1-15 Projet Personnel et Professionnel 1					
R1-3 Fondamentaux de la communication commerciale	21	10,5	10,5		
R1-4 Etudes Marketing 1					
R1-6 Environnement juridique de l'entreprise					
R1-7 Techniques quantitatives et représentations 1					
SAE1-3 Communication Commerciale	24		24		
UE 23					9
Malus Optionnel TC Laon Compétence 3 Semestre 2 UE23					
Portfolio					
R2-10 Gestion et conduite de projet					
R2-11 Langue A Anglais du commerce 2					
R2-12 Langue B du commerce 2					
R2-13 Ressources et culture numériques 2					
R2-14 Expression, Communication et Culture 2					
R2-15 Projet Personnel et Professionnel 2					
R2-3 Moyens de la Communication Commerciale	21	10,5	10,5		
R2-5 Relations contractuelles commerciales					
R2-6 Techniques quantitatives et représentations 2					
R2-7 Coûts, marges et prix d'une offre simple					
R2-9 Psychologie sociale					
SAE2-3 Communication commerciale : élaboration d'un plan de	15		15		
SAE2-4 Conception d'un projet en déployant les TC					

Formation continue

A savoir

Niveau d'entrée : Niveau IV (BP, BT, Baccalauréat professionnel ou technologique)
Niveau de sortie : Niveau II (Licence ou maîtrise universitaire)
Prix total TTC : 23400€

Volume horaire

Nombre d'heures en centre : 2400
Nombre d'heures en entreprise : 910
Total du nombre d'heures : 3310

Conditions d'accès FC

Sur dossier de candidature

Modalités de recrutement (FC)

Sur dossier de candidature

Calendrier et période de formation FC

Alternance possible dès la deuxième année de BUT sur le parcours « business développement et management de la relation client »

Références et certifications

Codes ROME : M1705 - Marketing

M1706 - Promotion des ventes

M1101 - Achats

E1103 - Communication

D1407 - Relation technico-commerciale

C1504 - Transaction immobilière

C1203 - Relation clients banque/finance

M1707 - Stratégie commerciale

Codes FORMACODE : 34554 - Commerce

34573 - Action commerciale

41054 - Banque assurance

34037 - Satisfaction client

34076 - Gestion relation client

34254 - Commerce international

34024 - Achat

34052 - Marketing

Codes NSF : 312 - Commerce, vente

310 - Spécialités plurivalentes des échanges et de la gestion (y compris administration générale des entreprises et des collectivités)

Autres informations (FC)

le coût est sur l'ensemble du cycle de formation (3 ans)

Contacts Formation Continue

Anne-Sophie Duvinage

03 23 26 30 72
anne-sophie.duvinage@u-picardie.fr

Le 10/11/2026